

2025年8月18日開示



株式会社ネットプロテクションズホールディングス  
2026年3月期 第1四半期決算説明 Q&A

2025年8月14日

※こちらはQ&Aの書き起こしとなります。  
本編については別途開示していますので、そちらをご確認ください。

<b>質疑応答</b>	<b>3</b>
第1四半期のガイダンスとの差分を項目別に分けて解説してほしい	3
第1四半期の原価改善が会社計画対比で進んだ理由は何か	3
第1四半期のB2BのGMV成長を牽引した要因は何か、この成長率は継続可能か	4
atoneの成長を牽引した新規加盟店はどこか、第2四半期以降は新規獲得は期待できるのか	4
B2BのGMV成長の要因として新規加盟店の押し上げはどれくらいか	4
GMV上振れと原価低減は通期に渡り効果が続くはず、下期の計画は据え置いたのはなぜか	5
第2四半期の業績予想の考え方について教えてほしい	5
第2四半期も上振れの自信があるというのはマーケティング投資を考慮したものか	6
atone以外のB2C、GMVもYoY微増トレンドは継続可能か	6
atoneプラスのマーケティング投資はいつからか	6
リクルートとNP掛け払いの紹介業務の提携に関して業績インパクトを教えてほしい	7
リクルートとNP掛け払いの紹介業務の提携開始に関して紹介先はどのような企業か	7
貴社の成長を牽引するものを今期来期、再来期と説明してほしい	7
株主還元開始はどれくらい将来をイメージしておけばよいか	8
<b>メールでの情報配信のご案内</b>	<b>9</b>
<b>ディスクレーマー</b>	<b>9</b>

# 質疑応答

## 第1四半期のガイダンスとの差分を項目別に分けて解説してほしい

質問者[Q]：第1四半期の会社計画の上振れ下振れを、セグメント別GMVと原価低減に分けてご解説ください。

CFO渡邊：金額を厳密に分けてご回答する形ではなく、少し定性的なご回答になります。

4ページのハイライトにもございましたとおり、atoneと掛け払いの成長が非常に良かったです。atoneは65.3%、NP掛け払いが43.4%と、非常に増えています。また、原価低減については未払いの改善が主な要因になりまして、こちらは各事業で進んでいます。

6ページにございます上方修正ですが、真ん中の青地に白い数字が修正したところですが、25年3月期も1Q実績を踏まえて上方修正したんですが、トップラインは変えませんでした。それは未払いの改善が要因として大きかったからになります。延滞事務手数料は昨期2Qから開始しています。昨期は段階利益から直していたのですが、今回はトップラインから上方修正しているところが非常に特徴的だと思います。

## 第1四半期の原価改善が会社計画対比で進んだ理由は何か

質問者[Q]：第1四半期の原価改善が会社計画対比で進んだ理由は何でしょうか。何かの施策が貢献したのでしょうか。

CEO柴田：会社の性質上、少し仕方がないところもありますが、どの事業も未払率の予測に関してはどうしても保守的に見ているので、それによって計画値が保守的になりやすいという理由が一つです。

一方で、各事業で特にリスク管理周りはしっかりとチームを組み、かつチーム間での協働もしながら施策を進めていっています。ここは本当に会社の力が上がって、全事業で未払率が改善しつつあるというところになっています。そこが貢献の要因として大きいです。

## 第1四半期のB2BのGMV成長を牽引した要因は何か、この成長率は継続可能か

質問者[Q]：第1四半期のB2BのGMV成長率は43%と高成長に見えます。これはリクルートなどの高成長企業が牽引したのでしょうか。また、この伸び率は継続可能なのでしょうか。教えてください。

CFO柴田：これはリリースを出しているとおり、5月からリクルート様にNP掛け払いをご利用いただき、非常に牽引いただいていると認識をしています。ですので、2Qに関しても計算上は一定の数字で続くのではないかなと期待をしております。

一方で、秋以降は、昨年11月から大手店が新規稼働した分が、積み上げの要因として一巡します。そのため、同じような高い成長率が継続するかどうかは、今後新規での稼働を見込んでいる大手店が最初からどれくらい数字がつくか次第になるかなと考えています。

## atoneの成長を牽引した新規加盟店はどこか、第2四半期以降は新規獲得は期待できるのか

質問者[Q]：atoneの成長を牽引した新規加盟店とは、どのような業種で何社くらいあるのでしょうか。また、第2四半期以降に向けて、加盟店はまだ期待できるのでしょうか。教えてください。

CEO柴田：デジタル系で大手店が何社かいますし、中規模のところも複数社加わっていて、バランスよく新規加盟いただいているかなと思います。また、既存店での取り扱いも伸びて、利用して下さる会員様が増えていることで成長が底上げされているので、非常に健全な状況かなと思っています。

それから2Q以降の新規の営業状況についてですが、現在は非常に好調なのと、アプリ外課金は相性が良さそうなので、そのあたりも含めて非常に期待をしております。

## B2BのGMV成長の要因として新規加盟店の押し上げはどれくらいか

質問者[Q]：B2BのGMVの成長率がさらに加速していますが、新規加盟店の押し上げがどれくらいあったのか教えていただけましたら幸いです。

CFO渡邊：先ほどもお話がございましたリクルート様が新規で稼働した影響が大きいのと、既存店での取り扱いも伸びた影響で、伸びだけ見ますと新規と既存が5対5、1対1といった状況です。

## GMV上振れと原価低減は通期に渡り効果が続くはず、下期の計画は据え置いたのはなぜか

質問者[Q]：GMV上振れと原価低減が上方修正の要因なら、通期にわたって効果が続くものと思います。なぜ下期会社計画は据え置かれたのでしょうか。ご解説ください。

CFO渡邊：今回1Qは、実績がガイダンスを上振れた分だけに乗せる形で修正させていただきました。2Q以降は修正しておりません。

これはなぜかと申しますと、2Qまで様子を見たいというところと、2Qについて自信もございませので、そこで様子を見て、超過利益が生じた場合にはマーケティングなどの投資にも回した上で通期の業績展望についてご説明できるのではないかと思い、今回の修正の仕方に至りました。

## 第2四半期の業績予想の考え方について教えてほしい

質問者[Q]：差し引き第2四半期を考えると、GMVは横ばい、営業利益は第1四半期比、大幅減益に見えます。これは何か第2四半期に戦略投資を踏まえておられるということでしょうか。季節性でGMVの弱含みとかを織り込んでいらっしゃるのでしょうか。または期初計画を保守的に据え置いたということでしょうか。教えてください。

CFO渡邊：これは3番目ですね。期初計画を保守的に据え置いたというところでございます。今回1QはGMVが非常に好調だったというところで、2Qも実際はもっと上に行けるんじゃないかとは思っております。また未払いの状況も、保守的に見ていたところ、もっとコントロールできるなと思っておりますので、2Qもそれなりの数字を出せるんじゃないかなと思っております。

CEO柴田：あと、季節性みたいなところだと、去年は2Qから延滞事務手数料がスタートしているので少し特殊でしたが、過去は1Q、2QのGMVや営業利益がだいたい同等ぐらいになることが多かったです。

## 第2四半期も上振れの自信があるというのはマーケティング投資を考慮したものか

質問者[Q]：第2四半期で上振れの自信があるというのは、マーケティング投資を含めても、さらに着地の上振れを期待できるという意味でしょうか。または、第2四半期も上振れたら追加のマーケティング投資分だけ捻出できるという意味合いでしょうか。確認させてください。

CFO渡邊：まず2Qに関して、今のガイダンスは超えていけるんじゃないかと期待をしています。かつ、2Qの数字が見えてくると下半期もより精度高く予測ができるようになりますので、より加速すべく追加の投資をどれぐらいカバーできるかについても計算をしたうえで、それらをしっかりご提示できればと考えております。

CEO柴田：昨年は、2Qでガイダンスに比べて利益が出ましたので、株主様、投資家様にご期待いただけるようなアップサイドを出しつつ、さらに超過利益が出たらマーケに回すというような運用をしましたので、今期も同じような運用をしていきたいと考えています。

## atone以外のB2C、GMVもYoY微増トレンドは継続可能か

質問者[Q]：atone以外のB2C、GMVもYoY微増と悪くなかった気がします。この微増トレンドは継続可能なのでしょうか。教えてください。

CEO柴田：B2CにはNP後払い、NP後払いair、台湾のAFTEEというサービスの数字がすべて入っています。特にNP後払いairとAFTEEに関しては継続的にしっかり伸びてきていますし、特にairに関しては今後大手店の稼働も見込まれているので、どこかでよりぐっと成長率は上がってくると期待をしております。

ですので、トータルで考えますと、微増トレンドないし微増トレンド以上に強くなることも先々はあり得るかなとは期待をしております。

## atoneプラスのマーケティング投資はいつからか

質問者[Q]：atoneプラスのマーケティング投資は、スモールスタートなどだとすると、大型販促PL投資が出るとしても、下期または第4四半期くらいからが中心と見てよいのでしょうか。教えてください。

CEO柴田：atoneプラスのマーケティング投資に関しては、今年度は予定していません。といいますが、先ほど少し申し上げたように、来年度の、できれば1Qないし2Qぐらいで、NP後払いの20万店舗の加盟店においてもatoneプラスが使えるようにしようとしていますので、そこがある程度完了してからのマーケティング投資になろうかなとは思っております。

## **リクルートとNP掛け払いの紹介業務の提携に関して業績インパクトを教えてください**

質問者[Q]：7月23日開示の、リクルートとNP掛け払いの紹介業務において提携開始というリリースに関して、業績へのインパクトを教えてください。将来的にはJCBのように御社の主要な紹介先になる可能性があるのでしょうか。

CEO柴田：先々のポテンシャルは非常に大きいかなとは思っていますが、こういった紹介業務をご依頼する場合、どうしても数字につながるまでに時間はかかると思いますので、直近でのインパクトというところでは、まだあまりないのではと思っております。

## **リクルートとNP掛け払いの紹介業務の提携開始に関して紹介先はどのような企業か**

質問者[Q]：7月23日開示のリクルートとNP掛け払いの紹介業務において提携開始というリリースに関して、リクルートの顧客は小さい会社が多い印象なのですが、紹介してもらえる可能性がある会社の業種や規模はどのようなイメージでしょうか。

CEO柴田：規模が小さな企業様も多い一方で、人材紹介ですとか大手企業様との取引も非常に豊富に持たれていますので、そういったところをご紹介いただくと非常にはまるんじゃないかなとは思っております。ただ、詳細はまだまだ詰めている最中となっております。

## **貴社の成長を牽引するものを今期来期、再来期と説明してほしい**

質問者[Q]：貴社の成長を牽引するものを今期、来期、再来期と説明してください。

CEO柴田：今期は数字に出ていますとおり、B2Bが非常に牽引をしてくれています。正直、B2Bの対象市場の広さを考えますと、来期も再来期もここはずっと牽引してくれるかなと期待をしております。

それから、完全にエンジンがかかってきたといいますか、atoneも非常に成長状況が良くなってきていますし、特に来期以降は本格化するかなと思っていますので、来期以降ツインエンジンでNP掛け払いとatoneが完全に牽引するような状況になろうかなと思っています。

それに加えて、まだあまりご説明はしていませんが、NP後払いairも営業状況が非常に良くなってきているので、こちらも来期ないし再来期あたりには、さらにもう一つのエンジンになっていくのではないかなと期待をしています。

さらにそのほかで言いますと、台湾のAFTEEも好調ですし、派生事業として融資事業なども非常にポテンシャルはあると認識をしていますので、主要な後払いサービスがすべてエンジンになってきて、その他の派生事業もさらに伸びていくような、2年後、3年後にはそういったように持っていきたいなと考えております。

## 株主還元の開始はどれくらい将来をイメージしておけばよいか

質問者[Q]：株主還元の開始に関して、どれくらい将来をイメージしておけばよいのでしょうか。可能な範囲で教えてください。

CFO渡邊：可能な範囲でのご回答となりますが、今後利益を出せる想定がございますので、いろいろな投資家様ともお話しして検討を始めております。いつというのは、今は言えないですが、株主還元は株式会社としましては責務と思っており、今後考えていきたいと思っております。

# メールでの情報配信のご案内

## メールでの情報配信のご案内

IRから以下のような情報をメールで配信しております。

- 説明会・セミナー開催のご案内
- IRサイトへの決算資料掲載のご案内
- ニュースリリースのご案内

受信をご希望の方は、下記リンクあるいは右のQRコードよりご登録をお願いします。

<https://www.magicalir.net/7383/mail/>



77

## ディスクレマー

- 本資料及び本資料にて提供される情報は企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他有価証券の勧誘を構成するものではありません。
- 本資料及び本資料にて提供される情報は、いわゆる「見通し情報」(Forward-looking Statements)を含みます。
- これらは現在における見込、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招きうる不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。